媒体融合背景下新闻节目的制作研究

常 博
（海南省五指山市融媒体中心，海南 五指山 572200）

摘 要：在当今时代，各类新媒体不断涌现，新旧媒体呈融合发展的态势，传统媒体纷纷转型以应对新媒体的冲击。对于新闻节目而言，媒介环境的变化使得受众获取新闻的形式、路径都更加多样化，这倒逼新闻媒体在节目制作上进行创新，以重新吸引受众，适应新的时代形势。基于此，本文首先分析了新媒体与电视新闻制作的内在关联，然后指出了媒体融合背景下新闻节目的制作特点，最后讲解了媒体融合背景下新兴技术在新闻制作中的应用，以供参考。

关键词：媒体融合；新闻节目；新闻制作；新闻传播 **中图分类号：**G632 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）03-083-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.03.026
本文著录格式：常博．媒体融合背景下新闻节目的制作研究 [J]. 中国传媒科技，2022（03）：83-85.

媒介融合是指两种或更多的传播技术融合为新的传播技术，这种新的传播技术及其所依赖的媒介的功能与传播效果必然要优于原有的传播技术与媒介。媒介融合后，各种媒介呈现出多功能、一体化的发展趋势。[1]

随着互联网技术的不断发展，新媒体逐步进入人们的视野，根据《中国新媒体发展研究报告》的描述，新媒体是指“基于计算机技术、数字广播技术、通信技术等，利用无线通信网、互联网等渠道，以手机、电视、电脑等设备为终端的媒体”。当下的新闻节目，已普遍开始应用新媒体技术，让受众体验到了新型新闻传播方式的魅力，新闻人仍需注意的是，在新媒体时代，各种新媒体形态层出不穷，只有紧跟技术发展的步伐，在节目创作、内容设置上不断创新，才能让新闻节目更有可看性，更具影响力。[2-3]

1. 媒体融合与新闻节目

广播电视媒体与技术进步有着密切的联系，每一次技术革新都会推动传播方式的变革。电视新闻这一重要的媒体形式，其制作和传播方式也应顺应技术的发展而做出改变。近年来，得益于互联网技术的进步，媒体融合越来越普遍，传统的广播、电视新闻正在与互联网业务相融合，形成了更加多样化的新闻传播方式。[4] 对此，我们应重新定义电视新闻制作模式，建立高效、配套的技术架构，实现电视新闻与各种媒介平台的深度融合，在激烈的市场竞争中占领高地。

2. 媒体融合背景下新闻节目的特点

2.1 全媒体化采集和播放

第一，全媒体化的新闻素材采集。在以往，新闻制作人在收集节目素材时必须派记者去现场采访，或通过电话等方式了解事件经过，这本身已距离事件发生过去了一定的时间，即使是新闻事件的亲历者也有可能遗忘一些细节，再经多人之口转述新闻事实，又往往与事实真相存在一定的出入，导致新闻的真实性、全面性打了折扣。[5] 在媒体融合的背景下，新闻当事人自己就能用手机拍摄事发现场的具体情况，客观反映事实真相，新闻爆料者在一定程度上充当了记者的身份。同时，新闻栏目也可以通过网络向全国、全球征集新闻线索，将网络热点作为新闻素材已成为很多新闻节目的做法。

第二，新闻节目播放的全媒体化。新闻节目播放的载体从电视机拓展到了各种智能化终端，新闻节目的播放不再受时间、地点的限制，只要网络畅通，受众就能收看新闻节目。传统的信号传输需要卫星、信号塔等设施，在基础设施较差的地方则很难实现新闻的传输、覆盖，这在一定程度上限制了电视节目的质量和数量，而现在的数字化信号传输可利用 P2P、C/S 等技术传输信息，新闻节目的覆盖面变得更广，带宽的增加也使得信息传输更加快速。[6]

2.2 对大数据的整合应用

依托高度发达的网络平台，新闻制作人在节目播出前就可了解公众对新闻事件的看法，或从后台获取统计数据，了解舆论走向，有利于新闻制作人避开舆论雷区，把握公众关注点，为进行深度报道提供数据支持。另一方面，新闻制作人也可以收集观众对节目的留言反馈，对节目进行改进。[7-8] 例如，央视新闻就入驻了“bilibili”“抖音”等平台，成为一名“UP 主”，改变了以往严肃刻板的报道方式，接受网友的“吐槽”，并根据网友评论来改进传播内容和形式，效果较好。

2.3 观众在节目中的参与

观众在节目中的参与体现在新闻节目的内容并不完全是由节目制作人决定的，而是由受众自主选择其想要观看的热点，然后节目制作人再决定新闻节目的内容和顺序。同时，新闻节目也会在播出过程中展示观众的评论，回答观众的问题，这一方面巩固了固有的新闻受众，另一方面也更好地把握住了时下的新闻热点。[9] 例如，央视国际的《中国舆论场》栏目就根据观众关注指数设置议题，并显示各个议题的热度指数，并由专家实时解答观众评论，收视效果良好。

3. 媒体融合背景下新闻制作模式

在媒体融合的大背景下，新闻节目要如何实现上文

所述的传播效果？笔者认为，需采用新的制作模式，也就是围绕新闻内容进行“融媒体生产”，模糊电视台和互联网的界限，实现“台网合一”。

3.1 模式特征

一是融媒体传播。即以融媒体为渠道，实现新闻内容的多平台、多媒体、多渠道发布，实现各个媒介的全面对接，覆盖更广的地域和目标群体。

二是融媒体采编。即根据设备、渠道等来重构采编流程，实现新闻素材获取的实时化、编辑的快捷化，将受众也纳入到素材采编过程中。

三是融媒体运营。在通过媒体平台播出新闻节目的同时，将资讯内容与商业元素整合，将增值服务嵌入系统结构，提升广告运营绩效，产生多方面的收益。

3.2 模式设计

如图 1 所示，新闻制作模式包括“内容汇聚”“节目生产”“发布组织”三大模块，既包括传统新闻生产方式，又涵盖融媒体互联网新闻收集与发布。

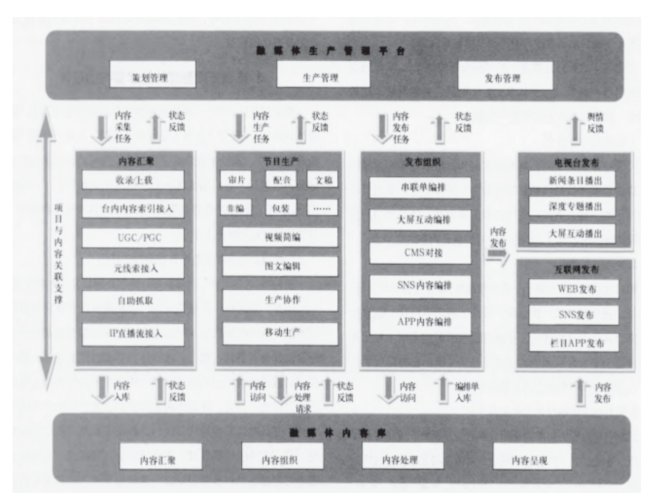


图 1 新闻节目融媒体系统设计

第一，融媒体的内容库。融媒体内容库的职能包括内容汇聚、内容组织、内容处理和内容呈现。系统围绕融媒体内容库构建以内容为基础的新闻生产方式，融媒体内容库不但支持传统新闻素材的上载和收录，也可以智能抓取来源于互联网的素材，其信息来源是多方位的，实时更新的。

第二，融媒体生产管理平台是系统重点。融媒体生产管理平台的职能包括新闻策划管理、生产过程监控、发布渠道管理。融媒体生产管理平台所管理的范围不仅仅包括传统的文稿、串联单等传统渠道，还包括对各类媒体的新闻生产进行统一策划、统一管理。[10–11]

第三，生产工具是实现系统功能的技术载体，也是系统技术价值的主要体现。在以往的新闻制作中，收录、上载、包装、非编都是在台内实现的，新闻发布也是在电视台内。而在融媒体架构中，生产工具不断革新，台网联动得以实现，UGC/PGC 工具、视频编辑工具、大屏互动工具等的出现给新闻制作带来了新的活力。以下以 UGC/PGC 工具为例对融媒体化的新闻制作进行介绍：（1）通过 PGC 终端，使用无线网等回传数据信息 [12]；（2）媒体数据接收回传的数据；（3）媒体入库管理处理回传数据；（4）将数据汇聚到内容库内（如图 2 所示）。现场记者利用手机等设备拍摄视频、图片素材，以 UGC/PGC 的形式上传到门户，入库后所有新闻制作者都可以下载素材并使用。

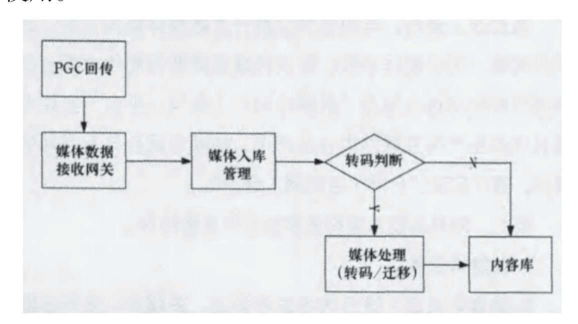


图 2 PCG 爆料流程

上述系统的运作流程一方面实现了素材获取的多渠道化，以及素材应用的共享化；另一方面也实现了新闻输出的多平台化，尽可能地覆盖已有的各类媒体平台，满足不同类型受众的观看需求。[13]

4. 媒体融合背景下新兴技术在新闻制作中的应用

上文阐述了一种融媒体新闻制作系统，涵盖了从素材获取到新闻制作、新闻发布这三个核心环节。在具体新闻制作中，一些新兴技术能使新闻节目增色，现将几种应用较多的技术介绍如下。

4.1 利用拆条技术实现新闻节目的共享

拆条系统是索贝公司研发的网络产品，是一个综合性的多媒体网络体系，一方面能为电视新闻节目制作提供技术支持，另一方面能实现新闻素材的全台共享，从而提高新闻节目的制作水平。在融媒体时代，新闻节目通常要在传统平台和新媒体平台上同步推出，新媒体平台上的节目一般是对传统平台节目的再加工，通常不需要复杂的动画和特技，只需要进行拼接或剪切，把不连续的节目加工成便于连续阅读的整体，或多个连续的片段。在这个过程中，拆条系统可以提供“拆条→总台媒体库→分台媒体库→内容发布”的编辑流程，实现资源整合与工序。[14–15] 例如，兰州电视台新闻综合频道推出的《晴彩兰州》节目就利用拆条技术整合了《兰州新闻》《第一百姓》《兰州零距离》等栏目的视频资源，在打包再编辑后推出，收视份额持续走高。

4.2 利用云计算技术降低新闻生产成本

云计算是一种服务，能将计算资源集中起来，并进行软件自动管理。通俗地说，可以“让电视变成电脑，让电脑变成电视”。云计算利用一群相对廉价的服务器群就能在全国范围内建立电视新闻节点，并在多地互相备份，用较低的成本做好以往大型机才能完成的工作，使用者“坐享其成”地获取各种数据，降低新闻节目的生产成本。[16] 从某种意义上讲，将云计算应用到新闻节目制作中，能为采编、制作人员提供共享资源和优质新闻信息，且能在节目制作中发挥时效性、互换性、丰富

性等优势，拓宽新闻节目的传播范围。[17]

4.3 利用虚拟现实技术改善观看体验

虚拟现实技术可以利用计算机和各种输出设备，使受众在观看新闻时获得更加贴近现实的感觉。不同的感官刺激手段能带给受众不同的观看体验，同样的一篇新闻，用视频播放的渲染力远远强于仅用文字表述。随着技术的发展，视频新闻也呈现出一定的不足：受众只能被动地跟随摄像机的视角，无法在喜好、视角上进行自主选择。利用虚拟现实技术可以使新闻画面随着受众的视角而发生变化，受众可以自由切换观看角度，以获得更好的观看体验。[18-19] 例如，央视 VR 频道推出的《直击北部湾水下考古・溯源海丝》节目就使用了 VR 技术进行录制，受众可以通过鼠标、键盘或手势来调节镜头角度，获得更强的沉浸感。

4.4 利用 AI 撰稿机器人提升新闻生产效率

AI 机器人撰稿是指将新闻写作算法录入固定程序中，程序可自动抓取网络上的新闻数据，然后用新闻语言撰写初稿。在信息爆炸的今天，网络上的新闻数据、新闻事件越来越多，单靠有限的采编人员已很难准确地从海量信息中检索出最有新闻价值的线索，依靠人力进行新闻采编、创作也面临效率偏低的问题，利用 AI 撰稿机器人可以快速筛选某一领域热点新闻线索，自动撰稿，自动配上画面，新闻创作者只需对新闻稿件进行再编辑、后期制作即可，从而极大地提升新闻产出数量。[20]

AI 撰稿机器人的应用主要是在以下环节：一是直接用于新闻初稿的撰写，即机器人自动检索一段时间内的热点议题，组织语言撰写新闻初稿，再由新闻制作人员进行稿件润色；二是自动投放个性化新闻。受众在访问新闻网站、App 时，系统自动统计受众的偏好，然后自动投放受众喜欢的新闻内容；三是 AI 电视主播，即利用 AI 技术合成具有与真人电视主播相近能力的“分身”，这不但极大地提升了新闻播报的准确率和效率，也大大减少了电视主播的工作量。[21]

结语

总而言之，在媒体融合的大环境下，新闻节目的制作方式发生了翻天覆地的变化，依托融媒体平台进行素材获取、信息编辑、新闻发布成为可能。新闻工作者应积极转变思维，加快实现新闻制作的数字化、信息化和网络化，主动适应时下人群的信息获取习惯，不断提升新闻节目的制作质量，在媒体融合的大格局下占据一席之地。媒

参考文献

[1] 陈妮 . 媒体融合视阈下的电视新闻舆论引导力研究 [J]. 湖北社会科学，2019（4）：184-188.

[2] 段鹏，杨蕙宁 . 媒介融合生态下电视新闻的报道框架和创新途径——基于中央电视台多媒体平台新闻报道框架的透视 [J]. 现代出版，2019（4）：42-46.

[3] 齐文星，王梓 . 融媒体时代再造电视台新闻生产方式——以央视财经论坛为例 [J]. 中国广播电视学刊，2020（8）：108-110.

[4] 白岩 . 参与、延展与扩散：电视新闻的“跨媒体叙事”实践策略探析——以《新闻联播》抖音号为例 [J]. 传媒，2019（21）：68-72.

[5] 吴革红 . 对地市级电视媒体新闻报道融合发展的认识——以泉州广播电视台为例 [J]. 当代电视，2020（3）：106-108.

[6] 刘婕妤 . 新媒体时代如何提升电视民生新闻的传播力和影响力 [J]. 传播力研究，2020（36）：47-47+86.

[7] 王琼，王曼玉 . 传统电视媒体新闻短视频内容生产特征及传播策略——以《主播说联播》为例 [J]. 电视研究，2020（4）：43-45.

[8] 尹靖 . 新媒体时代电视新闻节目主持人的转型 [J]. 青年记者，2020（5）：48-49.

[9] 潘文利 . 媒体融合背景下电视新闻编导的创新路径 [J]. 青年记者，2020（29）：56-57.

[10] 卢建慧 . 新媒体时代电视新闻传播影响力提升方法探析 [J]. 传媒论坛，2021（13）：61-62.

[11] 耿辉耀 . 融媒体时代电视新闻报道如何推陈出新 [J]. 新闻研究导刊，2021（14）：200-202.

[12] 钟磊 . 超高清视频新闻：5G 应用背景下媒体融合的趋势——以《人民日报》、中央电视台、新华社为例的实证研究 [J]. 新闻界，2021（5）：33-39+67.

[13] 傅晓明 . 新媒体时代如何增强电视台新闻记者新闻采编能力 [J]. 中国民族博览，2021（11）：85-86.

[14] 甄伟锋，韩晓燕，崔英霞 . 新媒体冲击下地方民生类电视新闻采访对策——以福州台《生活零距离》为例 [J]. 中国广播电视学刊，2021（4）：49-51.

[15] 张金萍 . 省级广电发展新媒体的融合创新之路——以广东广播电视台“触电新闻”为例 [J]. 传媒，2021（2）：40-42.

[16] 孔繁莉 . 管窥电视新闻的转型和发展——基于融媒体时代《河南新闻联播》改版视角下的分析 [J]. 新闻文化建设，2021（3）：118-119.

[17] 许鸿艳，金毅 . 县级融媒体中心新闻舆论工作能力的提升——“马克思主义新闻观”视角下的思考 [J]. 渤海大学学报（哲学社会科学版），2021（1）：124-128.

[18] 王德民 . 融媒体时代电视新闻记者如何增强新闻敏感性 [J]. 视界观，2021（10）：5-6.

[19] 赵敬东 . 试论融媒体环境下传统报纸新闻工作所需注意事项 [J]. 记者观察，2021（14）：70-71.

[20] 单云鹏 . 融媒体环境下电视台新闻栏目制作中存在问题及应对措施 [J]. 记者观察，2021（14）：122-123.

[21] 庄学香 . 移动短视频时代电视新闻媒体如何实现“流量重构”[J]. 中国传媒科技，2021（11）：31-33，36.

作者简介：常博（1984-），男，陕西米脂，融媒体运营总监，新闻中级，研究方向：媒体融合。

（责任编辑：张晓婧）